Cómo recuperar clientes que dejaron de venir

Guía práctica para clínicas veterinarias · IAVets · revisada en octubre de 2026

1. Mide el agujero primero

Antes de escribir un solo mensaje, saca la foto. Exporta desde tu programa (QVET, Provet, GVET u otro; comprueba cómo exporta el tuyo) la lista de clientes con su fecha de última visita. Ordena por fecha y separa tres grupos: los que han venido en los últimos 12 meses (activos), los que llevan entre 12 y 24 meses sin venir (dormidos recuperables) y los de más de 24 meses (dormidos profundos).

El grupo de 12-24 meses es tu mina. Multiplica su número por tu ticket medio y tienes el dinero que duerme contando solo una visita al año. Si quieres el cálculo hecho, usa la calculadora.

2. Limpia la lista antes de enviar

Paso corto y crítico. Quita de la lista: pacientes fallecidos (un recordatorio a un tutor en duelo hace daño de verdad y no se olvida), clientes que pidieron no recibir comunicaciones, y datos claramente malos (teléfonos incompletos, emails que rebotan). Si tu programa marca "exitus" o similar, filtra por ahí. En la duda, fuera.

3. Tres mensajes para adaptar

La regla de oro: el mensaje habla del paciente, no de la clínica. Y es útil, no comercial. Tres ejemplos literales para adaptar:

- **El recordatorio sanitario:** "Hola María, soy Ana, de la Clínica [nombre]. Revisando el calendario de Coco vemos que le toca la vacuna de la rabia. ¿Te va bien esta semana o la que viene? Responde a este mensaje y te damos hora."
- **El "hace tiempo":** "Hola Jorge, hace más de un año que no vemos a Luna por la clínica y queríamos saber que está todo bien. Si necesita revisión o ponerse al día con las vacunas, dínoslo por aquí y te buscamos hueco."
- **El estacional:** "Hola Carmen, empieza la temporada fuerte de parásitos y a Thor le toca su revisión. Si quieres, le damos hora y el veterinario te dice qué le conviene."

Fíjate en lo que NO hay: ni "estimado cliente", ni "aprovecha nuestra promoción", ni descuentos. El descuento desesperado enseña a tus clientes a esperar descuentos.

4. El calendario de envío

1. **Semana 1:** primer mensaje (el que toque por contexto) al grupo 12-24 meses.
2. **Semana 3:** segundo toque SOLO a quien no respondió, con ángulo distinto.
3. **Semana 6:** tercer y último toque. Si no responde, se queda en pausa 6 meses.

Tres toques y parar. Insistir más quema la base y estropea la relación. Los dormidos profundos (+24 meses) van después, en tandas pequeñas, cuando el circuito ya ruede con los recuperables.

5. La parte legal, sin sustos

Escribir a tus propios clientes sobre servicios parecidos a los que ya les prestas suele tener encaje legal si les informaste al recoger sus datos y les das la baja fácil; por WhatsApp, solo si aceptaron recibir mensajes por ahí. Si dudas, consúltalo con tu asesor. Las claves para hacerlo bien: identifica siempre a la clínica, ofrece baja fácil ("responde BAJA y no te escribimos más"), respétala a la primera, y no compres jamás bases de datos externas. Los datos de los tutores son datos personales (RGPD); trátalos solo para esto.

6. Los que vuelven: que no se vuelvan a dormir

Cada cliente recuperado sale de la consulta con la siguiente fecha apuntada y un recordatorio programado. Con un circuito de recordatorios es más difícil que se vuelva a dormir: el sistema prepara el aviso cuando toca, el recordatorio de la cita y la petición de reseña, y tu equipo los revisa antes de que salgan. Ese circuito es lo que implantamos en IAVets; esta guía es la versión manual.

Checklist final

- Exportación hecha y grupos separados (activos / 12-24 / +24).
- Lista limpia: fallecidos, bajas y datos malos fuera.
- 3 mensajes adaptados al tono de tu clínica.
- Calendario de 3 toques programado.
- Baja fácil incluida en cada mensaje.
- Fecha siguiente + recordatorio para cada recuperado.

¿Prefieres no hacerlo todo a mano?

Lo implantamos junto a tu software, desde 49€/mes.